图书情报工作
第65卷 第1期 2021年1月

用户视角下信息茧房的成因分析

■ 任秋菊　赵昕　韩毅
西南大学计算机与信息科学学院　重庆 400715

摘　要：[目的/意义]大数据时代媒体多样化以及信息泛滥，使得以信息茧房为代表的信息消极现象愈发引起学界关注，解析信息茧房成因，对破除其对网络空间治理带来的消极影响和引导信息空间的有序发展具有重要意义。[方法/过程]基于已有研究，从用户视角出发，采用逻辑规范化方法从信息空间、个人信息空间及其交互关系探索信息茧房的形成原因。[结果/结论]研究结果表明，信息茧房的形成具有其历史必然性、技术使然性和用户应然性，信息茧房是时代发展的必然趋势，其中技术起着催化作用，个体认知占据主导作用。

关键词：用户视角　信息茧房　形成原因　历史必然　技术使然　用户应然
分类号：G206　G252
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2021.01.017

1　引言

互联网已成为多数人获取信息、扩展知识、表达意见的重要渠道，是陆海空天外的人类第五生存空间。尤其是5G技术的高速发展、无线网络的普及、电子产品价格的下降，我国网民规模大幅增长，截至2020年3月已达9.04亿，互联网普及率达64.5%[1]。信息数量、网民规模的迅速增长，改变了传统的信息传播、获取和利用方式，“信息时代”逐渐向“智能时代”扩展。但互联网也因其发展速度快、具有海量信息等特点，加之发展不平衡、不合理，使得信息资源过载问题日益凸显。由于用户感知、处理信息能力的相对有限性，为降低自身的认知负荷，他们通常会表现出选择性接触和从众心理，选择自己感兴趣、能使自身轻松愉悦或对自身有利的信息，长此以往，将其限制于像“茧”一般的封闭环境中，这就是所谓的“信息茧房”现象[2]。

信息茧房不仅是个体现象，也表现出强烈的群体组织特征，典型如2016年美国大选，其存在不仅加剧社会撕裂，更昭示信息茧房对公共领域的威胁[3]。哈贝马斯认为，公共领域即我们社会生活的一个领域，在这个领域中，像公共意见这样的事物能够形成[4]。随着信息化、智能化的加速发展，公共领域逐渐延伸至网络虚拟空间，网络空间作为虚拟的社会公共领域，其本质上具备了公共领域的基本属性。微信、微博、Facebook、Twitter等社交媒体皆可视为网络公共领域，身处其中的用户信息茧房形成，将严重阻碍网络空间的健康持续发展，也为网络信息空间治理带来额外负担与困难。

通过文献调研，笔者发现学界已对信息茧房有共同认知，从用户视角针对该现象的形成原因研究暂未出现。笔者尝试从用户视角探索信息茧房现象的形成机制，从人类信息空间、个人信息空间及其交互关系来分析信息茧房的形成原因，并针对性提出对策建议，有助于深入理解互联网信息交流、网络信息空间治理面临的新挑战。

2　信息茧房及相关概念

2.1　信息茧房概念的提出

在互联网早期，尼古拉斯·尼葛洛庞帝就预言将出现《我的日报》(*The Daily Me*)，该日报是一个完全个性化的报纸，每个人都可以在其中挑选自身喜欢的主题和看法。对于现实社会，“我的日报”通常是机遇与挑战并存，其所涉及的信息茧房(information cocoons)概念最早由凯斯·桑斯坦于2006年出版的《信息乌托邦：众人如何生产知识》提出。他认为，在互联网信息传播中，因公众自身的信息需求并非全方位的，他们只注意选择自己喜爱的东西或能使自己愉悦的信息领域，不太会主动搜索其他信息，长此以往，个人接触到

作者简介：任秋菊(ORCID:0000-0002-1186-2269)，硕士研究生；赵昕(ORCID:0000-0001-6145-6448)，硕士研究生；韩毅(ORCID:0000-0001-7021-3229)，教授，博士，通讯作者，E-mail:hanyi72@swu.edu.cn。
收稿日期：2020-06-26　修回日期：2020-09-14　本文起止页码：120-127　本文责任编辑：徐健

任秋菊，赵昕，韩毅.用户视角下信息茧房的成因分析[J].图书情报工作,2021,65(1):120－127.

信息的广度和深度都越来越局限，从而将自身桎梏于像蚕茧一般的封闭空间中[2]。

信息茧房概念的提出是学术界一个较为新鲜的话题，国内则是在梁锋对其进行概念化阐述后才逐渐出现在学者们的研究视野中[5]。事实上，现代信息化社会的信息茧房现象无处不在，人们学习工作和日常生活都可能存在程度不一、影响结果不同的茧房，如强茧房和弱茧房、优质茧房和劣质茧房。此外，信息茧房作为一种信息现象，形成了一种独特信息环境，但它并非是互联网时代或新媒体时代的新生之物，而是在社会发展、信息运动过程中早已存在。从信息爆炸到信息管理、信息选择、信息规避等都反映了这一现象，是用户在信息量剧增情形下所表现出来的一种必然现象，是用户在信息过剩时代中进行的自我保护行为，在用户生成内容繁盛时期更为突出，影响着信息交流效率和信息利用结果，促使该现象愈发受到公众及研究人员的重视。

2.2 信息茧房的表现特征

2.2.1 信息获取的便利性与片面性

信息获取的便利性与片面性是信息茧房突出特征之一。当用户面临信息迷航、信息超载等网络问题，自主筛选、个性化推荐让用户轻松、快速、精确地找到感兴趣、可以解决问题的信息。与此同时，带来最显著的结果就是信息获取内容的片面性、同质化，用户通常只关注自己所选择或推送的信息，形成持续的关注习惯，只认识或了解到事物的某一方面，重视局部而忽略全局。国内自媒体代表——微博，具有用户个性化和自主化信息消费特点，微博用户往往契合自身兴趣或职业筛选定制关注对象，关注领域有限，很容易导致信息源趋于单一化、同质化，造成信息获取内容的片面性与同质化[6]。

2.2.2 信息空间的稳定性与封闭性

个人信息空间的稳定性与封闭性是信息茧房的另一显著特征。沉浸于自我关注或自主选择的内容，造成其他不同内容或观点无法进入个人信息空间，逐渐呈现出相对封闭、固定的状态，同时也给个人带来安稳、舒适和归属感，形成稳定但范围局限的认知领域。如高校校园是一个相对封闭的信息环境，大学生个体在这个封闭的信息空间里有着固定的交往人群、稳定的网络关系[7]。

2.2.3 群体的团结性与分割性

信息茧房也表现出强烈的群体组织特征。因共同或相似知识效应形成的群体组织，群内成员拥有共同的认知结构和价值观念，内部信息的发布、较少的群间信息流动，意见领袖、沉默的螺旋等影响，可能有利于群体内部团结，也可能造成群体感染和群体极化[8]。尤其是在网络群体繁盛的时代，极易形成群内同质和群外异质的虚拟社会现象。

2.3 信息茧房相关概念

2.3.1 回声室效应

随着网络媒体的出现，人们趋于依赖数字化、信息化手段获取信息资源，但同时也伴随着众多的新生问题，如信息过载、信息同质化、社会分化以及网络群体极化，引发了一种称之为网络回声室(echo chamber)的现象。桑斯坦把回声室效应喻为一种网络群体行为的信息传播现象，并在《网络共和国》中对其进行了定义[9]。有学者认为回声室是由网络媒体营造的相对较为封闭的意见感知环境，人们更容易沉浸于意见相近、志同道合的声音里，从而让人深处其中并变得更加孤立，听不到与之相悖的意见。回声室效应很容易使人联想到“沉默的螺旋”理论中的关键概念－“准感官统计”，每个人都拥有一定对外界意见气候感知、判断的能力[3]。公众若长期处于社交网络中，在个体间缺乏有效沟通的情况下，会将社交媒体中所呈现出的大众意见不自觉转化为个体对社会的认知。

关于信息茧房和回声室效应，较多学者混合使用这两个概念，并未对其进行特意区分，但回声室效应并不完全等同于信息茧房，两者存在一定的差异。首先，两者的研究视角有所不同，信息茧房主要基于用户的选择性接触，回声室效应则侧重于圆周生活视角；其次，两者强调重点存在差异，信息茧房主要强调信息传播中用户接触、选择、获取信息的窄化积聚现象，回声室效应则重点强调“回声”，即封闭环境中个体或群体意见的强化。但两者行为主体及产生原因存在同质性，即他们都是个体或个体所组成群体主动选择的结果，同时受到媒介环境、技术因素等方面的间接作用。从根本上看，信息茧房和回声室效应内容特征多有相似，并且回声室效应中也蕴含着信息茧房现象，所以众多学者并未对两者进行严格区分，多等同视之。

2.3.2 过滤气泡

社交媒体中回声室效应通常造成的一个结果－过滤气泡(filter bubble)，经常将两者交织在一起，大量主流媒体以及学术文献以互换方式使用这两个术语[10]。过滤气泡最早是用来解释互联网搜索引擎及其算法如何造成这种情况，即用户获得越来越多可以确认自身已有信念的信息[11]。搜索算法导致人们对在线可用

信息的看法更加窄化,产生过滤气泡,该过程对用户是不可见的,但仍然会对个人可见、可用信息产生巨大影响。过滤气泡为每个用户提供独特的信息世界,但令人担忧的是个性化的内容和服务可能会限制人们所接触媒体信息的多样性,从而损害民主、思想和公共领域的持续健康发展[12]。H. Holone 发现过滤气泡会致使确认偏差(confirmation bias)增强,影响在线健康信息搜索方式[13];国内学者发现过滤气泡呈现出内生结构,可能会自发排除不受欢迎的信息并导致极化现象[14]。尽管人们对此表达了严重的担忧,但目前没有经验证据可以证明人们需要对过滤气泡有更为强烈的担忧。个性化推荐对 Google 新闻多样性影响的探索性研究,发现个性化对内容多样性影响甚小,这表明可能存在夸大算法推荐形成过滤气泡的消极作用[15]。

对于过滤气泡和信息茧房这两个概念,国外多采用过滤气泡,国内学者更多使用信息茧房。两者具有相似性,均与技术密切关联,过滤气泡主要强调计算机技术带来的信息过滤效果,但信息茧房并不是伴随技术发展而产生的,技术可作为其形成的催化剂;但两者带来较为一致的影响,均为用户构造封闭的信息空间,用户获取信息便利的同时可能造成信息或认知结构失衡和群体极化问题。两者还存在用户行为的主被动差异,过滤气泡的形成多为用户被动接受或选择信息,信息茧房则是用户主动选择的结果。

3 信息茧房的成因解析

用户信息行为过程为什么会产生信息茧房现象呢?它对个人信息空间、人类整体信息空间有什么影响?从用户视角来看,其演化过程受到哪些主要因素的影响?

首先,因为社会信息资源生产、组织技术与方式的快速发展,人类整体信息空间中信息总量急剧增加、信息交流模式发生变化,导致用户处理相关信息之外信息时显得力不从心,倾向于过滤冗余、个性定制、精准推送的信息服务模式,这是一种合乎信息空间变化和发展的必然趋势,称之为信息茧房产生的历史必然性;其次,在没有特别压力的情况下,用户总会根据个人需求和意愿选择不同的信息,吸纳与固有知识体系和既定认知相符的信息,对于不匹配性信息会主动产生排斥反应,在可能的条件下或基于自身特征呈现出特定的信息选择,称之为信息茧房产生的用户应然性;最后,个体与人类整体信息空间的交互过程中,用户个人信息素养高低起着制约作用,特别在不断发展的信息服务模式下,用户信息素养除了对信息的搜索、认识,更多地体现在对信息的判断与理解,以及快速、高效的发布、利用信息上,因而交互过程的技术因素会叠加前述两种作用力,随着时间推移和技术进步,信息传播的速度、范围等都得到极大的提升,信息茧房现象表现出倍增放大效应,称之为信息茧房产生的技术使然性。上述作用机制可用图 1 进行描述,下面分别对其作用机制进行分析。

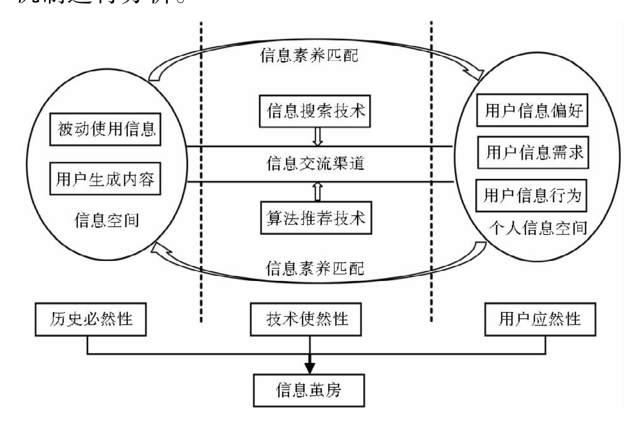


图 1 信息茧房形成的作用机制

3.1 信息茧房产生的历史必然性

在正式交流语境下,信息生产者和消费者通过信息交流媒体和信息交流系统等进行联系,达到间接交流的目的。网络环境下的正式交流可以被看作是纸质载体时代正式交流在 Internet 上的延伸,在传统印刷的基础上增加了新的正式交流渠道。通常根据用户需求建立专题数据库并提供定向服务、用户利用网络工具浏览下载满足其个性化需求的信息资源、提供目录和索引为用户针对性查找所需信息提供便利,加快信息交流效率,提高了信息交流的针对性[16]。大多数情况下,用户严重依赖“一站式”固定信息获取与行为服务模式,偏向于被动接受并使用满足其特定需求的受控内容,但这些内容的覆盖面较小,易形成定式思维,造成视野窄化,引发信息茧房效应。

随着网络技术的发展,信息产生形式由用户被动使用信息向主动生成内容扩展。用户生成内容(User Generated Content, UGC)改变了社会信息流动模式,丰富了信息交流体系,昭示着非正式交流的兴盛和强势回归,也实现了以用户为中心的理念。用户生成内容形式增加了非正式信息交流的多元性,其形式、数量、内容已大大超过正式信息交流,广泛应用于教育[17]、电子商务[18]、民主政治[19]、图书馆和博物馆[20]等领域。但其碎片化、个性化、开放获取的信息内容频繁出现,易致使用户信息窄化。尤其当信息丰盈的 UGC 与

用户信息需求两者间存在信息不对等现象，以及信息质量、意见领袖、虚假主体判别和情感倾向等现实问题[21]更易加剧信息茧房现象，如图2所示：

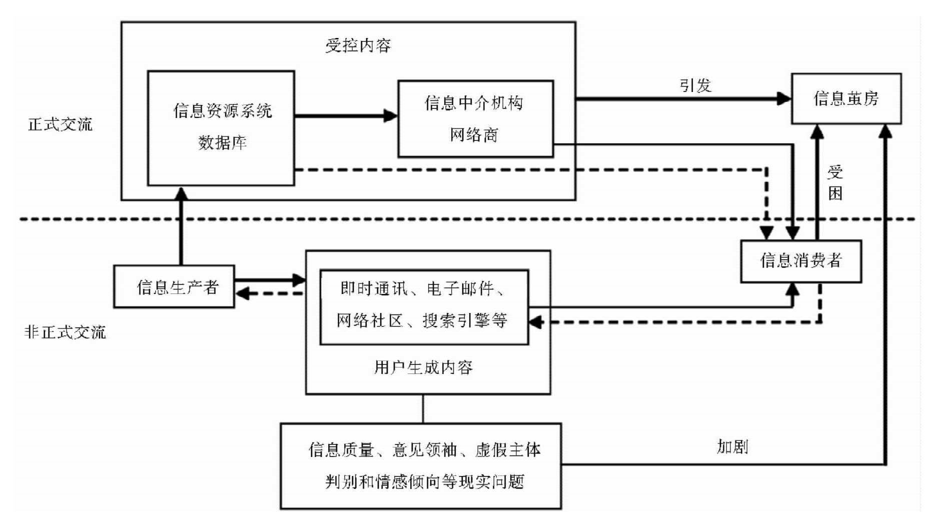


图2　信息茧房的历史必然形成机理模型

其中，信息不对等问题主要体现在UGC作为大数据的一种，信息量大且多样，使得交互过程中高效快速找到满足用户需求的信息源变得越来越困难。信息泛滥本身不是问题，但当选择如此多时，超出了其基本需要和承受能力，对用户心理、行为等方面都将产生严重影响。在心理方面，信息量过大，扩展人们信息选择的广度，容易造成用户心理负担加重，伴随着心理焦虑、倦怠或挫折感等消极情绪的出现；在行为方面，信息过载影响用户信息筛选、甄别和整合行为，并对用户信息素养能力提出更高要求[22]。同时，信息过载或过度饱和不但不能提升生活品质，反而会导致焦虑、迷惑、无知等情形的发生[23]，让用户无所适从，甚至开始逃避、抗拒相关信息以外的信息，进而长期沉浸于狭窄的信息空间。

UGC除了数据量大，其信息质量也参差不齐，并且多为难以处理的非结构化数据。用户可以基于UGC质量寻找意见领袖以及进行虚假主体判别[21]，然而，与意见领袖或虚假主体接触后通常会模糊甚至改变用户自身的行为选择。当一个社会现象或问题出现时，UGC纷繁错乱，意见领袖通常会进行信息判断和观点传播，促使以开放性话题或事件而形成网络社群，在持续发酵、强化过程中，群体内部同质性固化，看到的内容都是想看到的，将深深影响用户自我认识和网络信息行为，加剧信息茧房现象。

信息空间中正式交流会引发信息茧房现象，以UGC为代表的非正式信息交流的兴盛则加剧了该现象，在数字化网络化语境下非正式信息交流的强劲回归是必然趋势，因而UGC加剧信息茧房的形成也是一种必然结果，是时代发展的趋势。

3.2　信息茧房产生的技术使然性

由于网络中UGC信息量巨大，普通用户难以寻找契合自身需求的UGC，但随着信息技术的不断发展和革新，基于算法的搜索技术、个性化推荐技术等极大丰富了用户与网络信息空间的信息交流渠道，加快了传播速度，拓宽了传播范围和表现形式。基于搜索、个性化推荐等算法技术逐渐成型，其对信息传播、内容呈现及系统建设从某种程度上规避了由个体差异性、较高的信息获取成本和信息过载等问题，也充分迎合了用户的兴趣偏好。互联网信息技术迅速更新换代的发展使得一切皆为可能，也使看似自由的信息交流，可能暗藏信息茧房陷阱，并且通过算法技术提供的精准服务也充当了催化剂，促使以个体为中心的信息茧房迅速形成（见图3）。

针对海量、分散、无序的网络信息内容，用户通常需要主动借助一定的搜索技术找到满足自身需求的信息，如利用检索工具通过关键词、主题等方式在网络资源中进行信息查找，进而筛选所需信息内容。常用的检索工具包括目录型检索工具、搜索引擎和网络导航等。目录型检索工具是为帮助用户方便查询到所需的信息，设置网上目录，用户可通过主题浏览Web站点列表、检索相关信息；相比于网上目录，搜索引擎的检索系统使用更广，比较适用于特定信息以及专、深、具体或类属相对不明确的主题检索，但也存在信息质量不高、信息内容重复、费时费力等问题[24]；不同于前两

者,网络导航是根据特定用户的信息需求,利用超链接建立导航系统,指引用户获取信息资源,如数据库导航、电子文献导航等形式[25]。搜索技术对应于信息交流模式中的正式信息交流语境,其数字化、智能化发展满足用户特定需求的同时,削弱了用户的主观努力,让用户依赖于使用信息系统筛选已经组织好的各类信息,长此以往,强大的筛选力量让个人接触信息的广度和深度受限,从而滋生信息茧房现象。

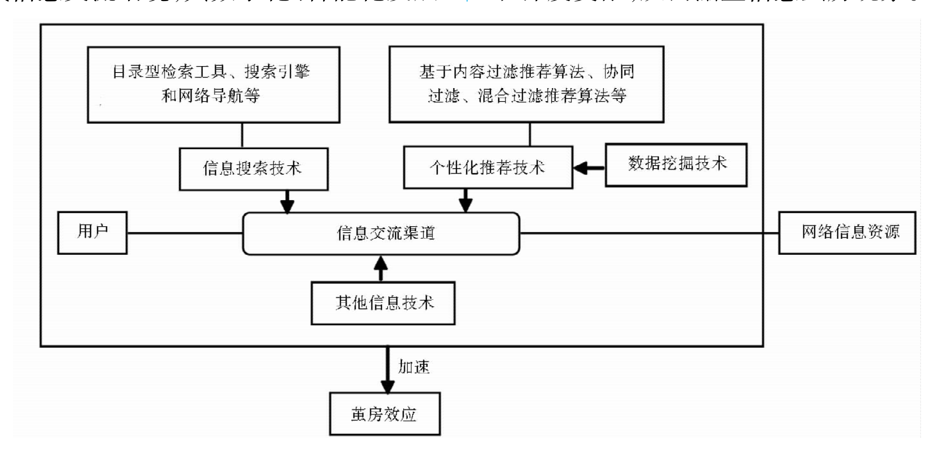


图 3　信息茧房的技术使然形成机理模型

个性化推荐是网络媒体采用的一种新型技术,根据用户历史行为数据,通过数据挖掘算法分析用户信息使用习惯、兴趣偏好和用户心理,将用户感兴趣的信息过滤并推荐给用户。为用户提供个性化信息推荐服务,促使了信息时代逐步向推荐时代过渡,典型如抖音现象。拥有智能设备的用户皆可自行创作短视频,系统根据用户已选择关注的对象及浏览偏好进行选择性排序,然后个性化推送信息内容以满足用户需求[26]。用户不仅可以看到同城用户的短视频,而且还会根据权限获取手机联系人帮助用户发现更多可能认识的人,并不断推送可能认识的人或粉丝的短视频,提供多类社会关系的同时,给用户营造一个相对封闭的信息领域,形成固定的路径依赖,实则加快了茧房的形成速度。当用户长时间沉浸于同质化的推荐内容,丧失了自身的主观能动性,极易导致封闭、狭隘且孤立的消极结果,使得人与人之间共识区域越来越狭窄,更依赖于所谓值得信赖的路径去获取信息,而不愿进行新的尝试,不知不觉中坠入信息茧房深渊,对新知识、新视野的拓展带来较大挑战。

搜索技术和个性化推荐技术等网络信息技术的发展充分迎合了用户的兴趣偏好,规避了信息获取成本、信息过载等问题的困扰,同时使得人们逐渐弱化自身主观努力、丧失其主观能动性,对固化的信息交流渠道形成依赖,无意识地沉浸于以个体为中心的信息茧房情境中。

3.3　信息茧房产生的用户应然性

所谓用户应然,是指用户按照自身的思想层面、知识结构、价值追求和发展需要为应对实际问题做出的主观判断、选择或行为意向。应然是从主体需要的角度希望和期盼事物的合理形态,在没有特别压力的情况下,对于不匹配性信息则会主动产生排斥反应。若将技术的催化视为信息茧房产生的外在因素,那么信息茧房现象形成的内在动因则取决于用户本身,用户应然性起着决定作用,成为信息茧房建构的意识来源。应对社会发展,用户行为会受到自身认知及他人因素的引导,如用户信息偏好、信息需求差异、社会资本等,表现形式上显示不同程度的信息茧房现象,如图 4 所示:

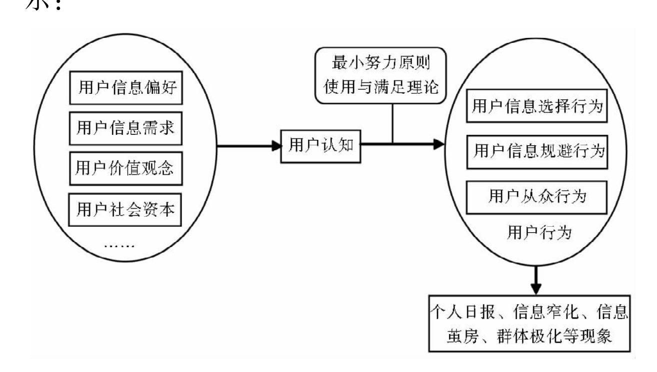


图 4　信息茧房的用户应然形成机理模型

用户认知过程主要受到自身信息偏好、信息需求、价值观念、社会资本等多方面的影响。从信息渠道的角度看,信息偏好引导用户能够使用且较之其他信息传播渠道更信任、更愿意使用某一种或几种特定渠道,体现了用户的易惰性、对信息选择行为惯性的定式思维等特征[27],一般随着用户的信息需求改变而改变。

任秋菊, 赵昕, 韩毅. 用户视角下信息茧房的成因分析[J]. 图书情报工作,2021,65(1):120－127.

"使用与满足"理论站在用户的立场上,认为用户是有着特定需求的个体,他们对媒介渠道的使用完全基于个人的需求和愿望。但置身于浩瀚的信息海洋中,人们难以精准获取自己想要的信息来满足自己,便有意识地规避麻烦、复杂或低质的信息源,遵循"最小努力原则",花费最少的时间和精力选择获取所需信息。正如桑斯坦认为的人们更喜欢浏览并选择符合自身偏好的信息,而主动规避自己不喜欢、与自身知识结构不匹配的信息,偏好在一定程度上会引起偏见,偏见使人们视野变得狭窄,从而身陷自我编织的信息茧房中。

信息用户的认知心理通常由信息需求决定,在一定作用条件外显为用户信息行为。用户信息选择行为和规避行为致使信息茧房的形成与桑斯坦对其定义相互印证,信息茧房归根结底源自于人们的选择性心理。不同性别、人格特质、价值观念和情绪等个体特征,造成个体网络信息行为一定的差异性,并且构建程度不一的信息茧房[28,29]。与社会交互及信息处理的过程中,用户作为一个有限生命体,其认知能力具有有限性,信息选择、规避行为不自觉产生,用户则根据自身信息偏好和价值观念对信息进行选择,筛选与自身观念相符的信息,规避并排斥与之相悖或不匹配的信息以减轻认知负荷是自然而然的。从信息行为领域进行解释,一方面,选择性理论是个体信息选择、规避等行为过程中的一个环节,"选择性"是其核心,并且信息选择行为也是选择性理论研究的重要部分;另一方面,选择性心理的结果就是信息获取、使用以及信息分享行为,信息分享行为也是个体选择性的后期体现,并且更具多元化和丰富性[30]。个体选择性心理决定其信息行为的演化,将用户束缚于自身已有观念和兴趣所引导的狭隘信息茧房中,并且这种现象是客观存在的。

在日常生活中,用户通常表现出来的趋同或从众行为也是信息茧房形成的内在驱动因素之一,并且与用户认知、信息情境有着较高的关联性。从众心理促使具有相同认知需求、态度和价值观的人聚集在一起,受到自身情感因素和群体压力的影响,用户往往害怕被他人孤立、避免被群体淘汰,当个人意见与群体意见不一致时,他们容易受他人态度和行为的影响,以被动行为为主,遵从群体意见,隔离与之相悖的意见,造成信息只在群体内部流动,便易形成封闭的信息茧房环境。一旦形成,即使网络中有丰富信息资源,也会因为它们之间的同质性而丧失应有的价值,用户的选择性心理也不断强化相似性信息,看似个性化的信息受到这种从众心理的制约,民主沟通则会难以实现[31]。

从用户角度来看,人们在面对信息与观点时常常具有倾向性,更倾向于选择个体感兴趣或满足其需求的信息,所以才会陷入自我编织的信息茧房中。因此,用户的主观认知和行为方式的选择是信息茧房形成的深层次动因,是形成信息茧房的意识来源,是用户应对复杂信息环境的必然选择。

4 结语

笔者从用户视角探索了信息茧房的成因,研究发现 3 个方面促使大数据时代信息茧房的形成:历史发展－技术场域－个体认知。人类整体信息空间与个人信息空间交互过程的正式交流使信息茧房时有发生,以 UGC 主导的非正式信息交流强劲回归的必然结果更是加剧了该现象的产生。这是外部信息环境对信息茧房形成的影响,对此需要根据时代的变化,不断更新信息产生、推送和传播策略,从信息的供需角度深化改革,提升信息的使用价值,避免过度失衡的场面;个人信息空间中个体认知引导信息选择、规避等行为的发生是内在动因,随着时间的推移、社会的发展,交互过程中这种内在动因被技术力量激活,发挥强大的主导作用,而搜索和推荐等技术在技术层面上迎合和满足了这种动因的需求,增大了信息茧房的出现概率。结合用户自身以及技术因素来看,提出个性化推荐与"人性化"推荐的融合发展[32],让技术的改善在了解人的需求、认知的基础上,更要理解人的信息行为,试图从人的视角探索需求,尊重人的选择以及价值发展。同时,最重要的在于用户自身,从真正认识信息茧房出发,只有在彻底了解、熟悉的基础上才能对其利弊做出判断,以及后续如何破茧。此外,在网络环境中信息茧房发展到一定程度后形成的虚拟社会现象与信息空间"巴尔干化"现象相互印证,在对待信息茧房的时候,可借鉴信息空间巴尔干化的研究进一步寻求信息茧房的发展态势。

从用户视角探讨信息茧房成因,有助于提升公众对信息茧房的认识,同时也是用户信息行为谱系研究的必要内容。对于用户和信息之间的研究,不仅要讨论信息给用户带来的积极效应,也需要关注其造成的消极影响,如信息茧房在一定程度上是公众面对数字信息洪流采取的自我保护行为,对个体具有保护功能,

但超过这个限度则会产生消极作用，因而需要进一步研究如何衡量不同程度信息茧房之间的临界点，更好地了解信息茧房的演化路径，将有助于破除信息茧房对网络信息空间治理带来的消极影响。对于信息茧房，笔者仅从用户视角规范性分析了其形成原因，后续还需要收集用户的一手资料作为数据支撑，深入发掘其使用态度、情感与行为变化等内容，这样将会使信息茧房的相关研究更加全面并更具深刻的社会意义。

参考文献：

[1] 第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. [2020 -04 -28]. http://cnnic. cn/hlwfzyj/ hlwxzbg/hlwtjbg/202004/ P020200428399188064169. pdf.
[2] 桑斯坦. 信息乌托邦——众人如何生产知识[M]. 毕竞悦，译. 北京：法律出版社，2008：24 -25.
[3] 许志源，唐维庸. 2016 美国大选所透射的"过滤气泡"现象与启示[J]. 传媒，2017(16)：54 -56.
[4] 展江. 哈贝马斯的"公共领域"理论与传媒[J]. 中国青年政治学院学报，2002(2)：123 -128.
[5] 梁锋. 信息茧房[J]. 新闻前哨，2013(1)：87.
[6] 杨慧. 微博的信息茧房效应研究[D]. 长沙：湖南师范大学，2014：12 -18.
[7] 李佳. 大学生"信息茧房"的思想政治教育应对研究[D]. 上海：中国石化大学(华东)，2014：12 -15.
[8] 白学佼. "信息茧房"挑战下大学生思想政治教育应对研究[J]. 背景教育(德育)，2019(6)：71 -75.
[9] 桑斯坦. 网络共和国——网络社会中的民主问题[M]. 黄维明，译. 上海：上海人民出版社，2003：41，146.
[10] BRUNS A. Filter bubble[J]. Internet policy review，2019，8(4)：1 -14.
[11] 彭燕林. 个性化推荐中的"过滤气泡"现象相关研究综述[J]. 科技创业月刊，2019，32(4)：135 -139.
[12] BORGESIUSFJ Z，TRILLING D，MOLLER J，et al. Should we worry about filter bubbles? [J]. Internet policy review，2016，5(1)：1 -16.
[13] HOLONE H. The filter bubble and its effect on online personal health information[J]. Croatian medical journal，2016，57(3)：298 -301.
[14] MIN Y，JIANG T J，JIN C，et al. Endogenetic structure of filter bubble in social networks[J]. Royal society open science，2019，6(11)：1 -11.
[15] HAIM M，GRAEFE A，BROSIUS H B. Burst of the filter bubble? [J]. Digital journalism，2017，6(3)：330 -343.
[16] 张琳. 网络环境下的信息交流模式[J]. 图书馆学研究，2002(1)：7 -8，11.
[17] SAFAVI M，BASTANI S，LANDFELDT B. Online learning and placement algorithms for efficient delivery of user generated contents in Telco-CDNs[J]. IEEE transactions on network and service management，2020，17(1)：637 -651.
[18] JIHAD M，FARZANA Q，RAMAYAH T，et al. The effect of user-generated content quality on brand engagement：the mediating role of functional and emotional values[J]. Journal of electronic commerce research，2020，21(1)：39 -55.
[19] CHANG W Y，YIN S Y. How user-generated content(UGC) campaign changes electoral politics? [J]. Korea observer，2008，39(3)：369 -406.
[20] NEIBURGER E. User-generated content[J]. Library technology reports，2010，48(6)：13 -14.
[21] 徐勇，武雅利，李东勤，等. 用户生成内容研究进展综述[J]. 现代情报，2018，38(11)：130 -135，144.
[22] 徐婷婷. 信息过载对人们使用新媒体行为的影响[J]. 新闻研究导刊，2016，7(10)：107.
[23] SHENK D. 信息过载：数字世界的绿色主张[M]. 厦门：厦门大学出版社，2001：42.
[24] 谢志妮. 网站信息搜索技术与技巧[J]. 福建电脑，2011，27(1)：155 -156.
[25] 胡昌斗. 网络导航 -信息服务的新举措[J]. 图书馆学刊，2005(6)：77 -78.
[26] 冯子亚. 抖音 APP 的"信息茧房"效应研究[J]. 视听，2019(12)：173 -174.
[27] 梁秋春. 基于用户认知的民族医学院校图书馆服务研究[D]. 南宁：广西民族大学，2011：17 -18，29.
[28] SINDERMANN C，ELHAI J D，MOSHAGEN M，et al. Age，gender，personality，ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum：how many and who might be prone to "filter bubbles" and "echo chambers" online? [J]. Heliyon，2020，6(1)：1 -10.
[29] WOLLEBAEK D，KARLSEN R，STEEN-JOHNSEN K，et al. Anger，fear，and echo chambers：the emotional basis for online behavior[J]. Social medial + society，2019，5(2)：1 -14.
[30] 吴丹，樊舒. 信息行为领域选择性暴露研究：视角、方法、动向[J]. 图书情报知识，2020(1)：32 -41.
[31] 孙瑞英. 网络信息窄化的心理学解析[J]. 情报科学，2010，28(11)：1625 -1629.
[32] 李佳音. 基于个性化推荐系统新闻客户端的"信息茧房"效应研究[D]. 北京：中央民族大学，2017：51 -52.

作者贡献说明：
任秋菊：文献调研，撰写和修改论文；
赵昕：论文部分内容修改；
韩毅：提出研究思路与研究框架，论文修改与完善。

任秋菊,赵昕,韩毅.用户视角下信息茧房的成因分析[J].图书情报工作,2021,65(1):120－127.

Analysis on the Causes of the Information Cocoons Under User Perspectives

Ren Qiuju　Zhao Xin　Han Yi

College of Computer and Information Science, Southwest University, Chongqing 400715

Abstract: [**Purpose/significance**] In the age of big data, the diversification of media and the overload of information have caused negative information phenomenon, such as information cocoons, which has attracted more and more attention in academic community. It is of great significance to analyze the causes of the information cocoons, so as to eliminate its negative impact on cyberspace governance and guide the orderly development of information space. [**Method/process**] Based on the previous studies and under user perspectives, logical normalization method is used to explore the causes of information cocoons from information space, personal information space and their interaction relationship. [**Result/conclusion**] The results have showed that the historical necessity, technical causality and user self－suitability are the main causes of information cocoons. Information cocoons is the inevitable trend of the information era, in which technology plays a catalytic role, and individual cognition plays a dominant role.

Keywords: user perspectives　information cocoons　formation causes　historical necessity　technical causality　user self-adaption

《我国基本公共文化服务标准化与均等化研究》出版

《我国基本公共文化服务标准化与均等化研究》于2020年9月由国家图书馆出版社正式出版,这是国家社科基金重大项目“促进我国基本公共文化服务标准化与均等化研究”(14ZDA050)的研究成果,凝聚了项目首席专家柯平教授及课题组来自不同院校的研究学者与公共文化服务实践领域专家的心血,由柯平教授及多名专家学者编著完成。课题组围绕五个子课题展开了一系列文献及实地调查工作:除利用调查问卷获取数据之外,课题组还坚持用脚步丈量土地,走过基础条件较差的边疆、内蒙,也去过人均公共文化服务经费最为丰裕的江苏、上海,同时借助专家访谈聚合业内智慧,为公共文化服务标准化与均等化的体系构建及书籍出版提供依据。经过4年扎实的理论与实践研究,这一重大项目于2018年9月顺利结项。

该书结构与项目研究框架基本相同,从基础、内容、应用三方面展开,沿着破题－立论－求解－创新的研究思路设计框架。全书书共分为四部分:第一部分(第1章－第5章),主要针对基本公共文化服务标准化与均等化进行相关理论分析,对项目研究背景、研究意义、国内外公共文化服务标准化与均等化实践进行了系统介绍;第二部分(第6章－第9章),主要对基本公共文化服务标准化与均等化进行实证研究,对项目研究的调查问卷及所用方法进行了详细介绍和分析;第三部分(第10章到第15章),探讨我国基本公共文化服务标准化的体系构建与实施策略、均等化的制度设计及实现路径,并对基层公共文化服务标准提出建议,集中反映了本研究的核心成果;第四部分(第16章及附录),总结项目的研究结论,探讨未来研究方向。书后附有调查问卷、实施指南及相关文件目录,为深入了解该书价值提供参考。

该书出版顺应了我国基本公共文化服务标准化与均等化的国家政策,凝聚了项目课题组所有专家学者的智慧,进一步丰富了中国特色的文化理论。以出版的形式发表重大项目研究报告,既是广大文化工作者特别是基层公共文化机构对于理论和实践指导的期待,也是重大项目结项之后课题组进一步为公共文化理论与实践提供服务的愿望。书中所提出的方法、对策和措施等可用来指导各地区各类型公共文化事业的发展,为我国相关决策部门的相关工作提供了参考借鉴的范本,有极为重要的阅读和实践价值。

(张瑜祯)